Dr. Ali Almanna



BUSINESS TRANSLATION (3) MARKETING

University of Nizwa, 2014

What’s Marketing?

Marketing includes diverse disciplines like sales, public relations, pricing, packaging and distribution. In an attempt to distinguish marketing from other related professional services, S.H. Simmons, writes that If a man tells his wife she's intelligent, looks lovely, and is a great conversationalist, he's saying the right things to the right person and that's marketing. If the wife tells her husband how handsome, smart and successful he is — that's advertising. If someone else tells the woman how handsome, smart and successful her husband is — that's public relations.

You might think of marketing this way. If business is all about people and money and the art of persuading others, then marketing is all about finding the right people to persuade.

Marketing is your strategy for allocating resources (time and money) in order to achieve your objectives (a fair profit for supplying a good product or service).

Market & Consumers

- People have their own unique perceptions of the world based on their belief system. The most innovative ideas, the greatest products, or a superior service succeed only when you market within the context of people's perceptions.
- Context can be many things, singly or simultaneously. To name a few, you may market to your customers within the context of their wants, needs, problems solved, or situation improved. Entrepreneurs need to be aware of many other contexts, such as social and economic trends or governmental regulations, which we'll discuss another time.
- People don’t just "buy" a product. They "buy" the concept of what that product will do for them, or help them do for themselves. People who are overweight don’t join a franchise diet center to eat pre-packaged micro-meals. They "buy" the concept of a new, thin, happy and successful self.
- Before you become consumed with entrepreneurial zeal and invest your life savings in a new venture, become a smart marketer. Take time at the beginning to discover who your potential customers are, and how to effectively reach them.

Marketing plans

- Without a plan, your entrepreneurial dream is really wishful thinking. While a marketing plan can be a map for success, remember that the map is not the territory. A strategy that ignores the customer isn't an accurate reflection of the landscape.
- A good marketing plan can help you focus your energy and resources. But a plan created in a vacuum, based solely on your perceptions, does not advance the agenda. That's why market research, however simple or sophisticated, is important.
- Just keep in mind that research attempts to predict the future by studying the past. It reveals what people have done, and extrapolates what people might do — not what people will do.

- Planning is imperative, research is important, but there’s no substitute for entrepreneurial insight. After all, as Mark Twain wrote, “You cannot depend on your eyes when your imagination is out of focus”.

Marketing & Advertising

You will often find that many people confuse marketing with advertising or vice versa. While both components are important they are very different. Knowing the difference and doing your market research can put your company on the path to substantial growth.

Let's start off by reviewing the formal definitions of each and then I'll go into the explanation of how marketing and advertising differ from one another:

Advertising: The paid, public, non-personal announcement of a persuasive message by an identified sponsor; the non-personal presentation or promotion by a firm of its products to its existing and potential customers.

Marketing: The systematic planning, implementation and control of a mix of business activities intended to bring together buyers and sellers for the mutually advantageous exchange or transfer of products.

Advertising is a single component of the marketing process. It is the part that involves getting the word out concerning your business, product, or the services you are offering. It involves the process of developing strategies such as ad placement, frequency, etc. Advertising includes the placement of an ad in such mediums as newspapers, direct mail, billboards, television, radio, and of course the Internet. Advertising is the largest expense of most marketing plans, with public relations following in a close second and market research not falling far behind.

The Basic Elements of Marketing

Marketing is the business discipline concerned with developing brands, informing the public about products and services, convincing consumers to buy specific products, facilitating transactions and providing after-sale service. Marketing provides the face of a business, and the only component that most consumers ever come into contact with. Although marketing encompasses a broad set of concepts and techniques, there are a number of basic elements that tie all marketing concepts together. Understanding the underlying fundamentals of marketing can boost your effectiveness as a marketer or a small business owner.

Consumer Psychology

All elements of marketing are driven by consumer psychology and behavior. Marketers have learned that consumers can be influenced in a number of ways to make specific purchase decisions, and a desire for a product or service can actually be kindled in a consumer who would otherwise have no such desire. Every marketing tactic has its roots in this concept. Every minute detail of advertisements, for example, is carefully constructed to have a psychological impact, whether it be a specific color, image, celebrity, words or phrasing.

Ethics

The psychological influence marketers exert on the public introduces a world of ethical challenges and legal guidelines. Marketers must be very careful, when dealing with any component of the marketing mix, to be honest and straightforward with consumers. Marketers should also be wary of stimulating consumer demand that can turn into destructive habits, as can be the case with things like alcohol and junk food.

The Marketing Mix المزيج التسويقي

The marketing mix encompasses all of the various elements of marketing, each of which is influenced by the basic concepts described above. Advertising and sales are the facets of marketing that most customers are familiar with. The marketing mix includes public relations, promotions, product packaging, pricing and a bit of product development, as well.

Marketing Environment & Decision-Making

Change is part of the marketing environment, especially in industries like fashion.

Seven Elements of the Domestic Marketing Environment Factors Influencing Decision Making in a Business Environment

- What Is the Difference Between an Environmental Analysis & a Marketing Environment?
- What Is the Most Important Factor Influencing Decision Making?
- How Do I Improve Business Decision Making?
- How to Write a Letter of Introduction For Employment?

The marketing environment is everything your company must take into consideration when developing and presenting a new product. The elements of a marketing environment include, but are not limited to, the changing preferences of customers, your competition, the legal, political and regulatory environment, your own resources and budget, current trends and the overall economy. All these elements affect your marketing decisions -- or at least they should, because all of them influence your prospects.

Tastes and Trends

To be successful, a marketing plan should focus on consumer preferences and current market trends. For example, many large retailers have decided to adapt to consumers' increasing enthusiasm for social media by establishing corporate Twitter accounts and opening online storefronts in Facebook.

Budget and Economy

Your budget has a role in your marketing decisions. It dictates how much advertising you buy and where you can afford to place it. The overall economy also has a massive influence on your marketing decisions. If you're marketing in a down economy, your consumers won't be willing to pay a premium for your product, and your advertising should probably point out that the product saves your customers money, costs less than your competitor's product, or lasts a long time and is therefore a good value. In a strong economy, your strategy probably will change. You'll be able to charge more, and your ad message may stress the pleasure or convenience your product offers your customers.

ماهو التسويق؟

التسويق هو مجموعة من العمليات أو الأنشطة التي تعمل على أكتشاف رغبات العملاء وتطوير مجموعة من المنتجات أو الخدمات التي تشبع رغباتهم وتحقق للمؤسسة الربحية خلال فترة مناسبة. ويمكن تعريف التسويق بفن البيع، إلا أن المبيعات هي جزء من العملية.

من الناحية المجتمعية، التسويق هو الرابط بين احتياجات المادية للمجتمع وبين الاستجابة لأنماط الاقتصاد من خلال توصيل قيمة منتوج أو خدمة إلى العملاء. ويمكن اعتبار التسويق وظيفة عمل لمؤسسة ومجموعة من الأليات التي تخلق وتوصل القيمة إلى العملاء والتعامل مع العملاء بطريقة تفيد المؤسسة المساهمين في رأسمالها. أما التسويق كعلم، فهي عملية تحديد السوق المستهدف من خلال القيام بتحليل وتجزئة السوق وفهم توجهات العملاء وبتقديم قيمة عالية لهم.

هناك خمسة مفاهيم متضادة يمكن لمؤسسة أن تتبع إحداها عند اعتماد سياسات التسويق هي مفهوم الإنتاج، ومفهوم المنتج، ومفهوم البيع، مفهوم التسويق، ومفهوم التسويق الكلي. و للأخيرة، أربعة عناصر هم تسويق العلاقات، التسويق الداخلي، والتسويق المتكامل، والتسويق استجابة لمطلب اجتماعي. أم مجموعة التشابكات اللازمة لإدارة عملية تسويق ناجح تشمل: تكوين فكرة واضحة عن التسويق، والتواصل مع العملاء، وبناء علامات تجارية قوية، وتشكيل نمو طويل الأجل، وتطوير وتوصيل القيمة، وخلق نمو طويل الأجل، ووضع استراتيجيات وخطط مناسبة للتسويق.

مفاهيم أساسية

هناك بعض المفاهيم الأساسية والتي لا بد من أي مهتم بمجال التسويق أن يعرفها. إن التسويق لا يعني أشياء كثيرة:

التسويق لا يعني الإعلان:

يقول فيليب كوتلر في كتابه (كوتلر يتحدث عن التسويق) "من أكثر أنواع البلبلة شيوعاً هي النظرة إلى التسويق والبيع على أنهما شيء واحد ،وليس هذه نظرة الكثيرين من عامة الناس بل نظرة العديد من رجال الأعمال ،إن البيع جزء من التسويق غير أن التسويق يشمل أشياء أكثر من البيع" ويمكننا أن نشبه البيع على أنه القشرة الخارجية للتسويق.

التسويق لا يعني البريد المباشر:

الكثير من الشركات تظن أنها تستطيع الحصول على الحجم الذي تحتاجه من التجارة بالبريد المباشر، ولعل شركات الطلبيات البريدية محقة في ذلك، ولكن معظم الشركات تحتاج إلى وفرة من أسلحة التسويق الأخرى لدعم البريد المباشر ولإنجاح البريد المباشر.

التسويق لا يعني المنشورات الدعائية:

تتسابق معظم الشركات لإنتاج منشور دعائي عن المنافع التي يوفرونها، ثم يثنون على أنفسهم لإبداع منشور عالي الجودة. فهل ذلك المنشور هو التسويق ؟ إنه جانب مهم من جوانب خطتك عندما يمتزج بعشرة أو خمسة عشرة جزءاً مهماً ؛ ولكن بمفرده تماماً ؟ انسَ الأمر.

التسويق ليست بصناعة ترفيهية:

المسوقون لا يعملون في صناعة الترفيه، أي أن التسويق ليس مقصوداً به الترفيه.

التسويق ليس مسرحاً للفكاهة:

إذا كنت تستخدم الفكاهة في عمليتك التسويقية، فإن الناس سيتذكرون فكاهتك المرحة دون عرضك الجذاب. وإذا كنت تستخدم الفكاهة ،فإن حملتك ستكون ممتعة في مرة الأولى وربما في مرة الثانية. وبعد ذلك ستكون فكاهتك مزعجة، وستعوق المفهوم الأساسي وراء نجاح التسويق، ألا وهو التكرار.

التسويق لا يصنع المعجزات:

الكثير من الأموال تم تبديدها لان المسوقون كانوا يتوقعون حدوث معجزات وليس بسبب أي مفهوم خاطئ آخر.توقع المعجزات وستصيبك القرح.إن التسويق يعتبر أفضل استثمار في العالم إذا قمت به على النحو الصحيح، وأداؤه على النحو الصحيح يتطلب تخطيطاً وصبراً. "أي شيء لا يحقق نتائج ليس بتسويق في الواقع، بل هراء....وهراء مكلف. سيرجيو زايمان.

النشاط التسويقي

يتألف النشاط التسويقي من أربعة عناصر أساسية حددها جيروم ماكارتي إستاذ والاستشاري صاحب الجوائز والذي دعي بالمزيج التسويقي Marketing Mixوجميعها تبدأ بالحرف Pالإنكليزية وهي:

1- المنتج Productيعني ما يعرضه السوق نفسه ،خاصة المنتج والتغليف ومجموعة الخدمات التي يتحصل عليها المشتري عند شرائه للمنتج.

2- المكان Place الترتيبات التي تعمل لجعل المنتج في متناول المشتري ووصوله إلى السوق المستهدف.

3- الترويج Promotionيعني نشاطات الاتصال مثل الإعلان وترويج المبيعات والبريد المباشر وإعلانات التنوير والإغراء أو تذكير السوق المستهدف بخصوص توجد المنتج وفوائده.

4- السعر price يعني سعر المنتج بالإضافة إلى الرسوم الأخرى مقابل التوصيل والتصريح....إلخ "وسوف نقوم بتوضيح هذه العناصر الأربعة بشكل من التفصيل لاحقا".

ثم جاء عملاق التسويق كوتلر وأضاف عنصرين أساسيين آخرين وهما :

5- السياسات Politics فالدولة التي تحظر من إعلانات السجائر فإن شركات منتجي السجائر سوف يقل مبيعاته ومردوده.

6- الرأي العام Public Opinion

فالمجتمعات الأمريكية كان في وقت من الأوقات ينظر إلى لحوم الأبقار بنظرة غير محببة وبالتالي فإن على شركات منتجي اللحوم الأبقار أن تقوم بدفع أموال زائدة من أجل تغيير صورة منتجه أمام رأي العام.

- Do not forget your glossary

Thank you

Thank you